



Marketing

Workshop: Evidence-based Marketing



Titel

Evidence-based Marketing – Von der Analyse zur erfolgreichen Umsetzung



Zielgruppe

Marketing: Marketingleiter/innen, Produktgruppenleiter/innen, Produktmanager/innen, Mitarbeiter aus den Bereichen Kommunikation, Marktforschung



Inhalte

Übersicht über den kompletten Marketingprozess: Analysemethoden, Strategieableitung, Umsetzungsprozess und der Wechselwirkungen im Life-Cycle



Event

2 Tages-Workshop



Zeit

Tag 1: 10:00 Uhr – 18:00 Uhr; Tag 2: 09:00 Uhr - 16:00 Uhr (Dauer ca. 15 Stunden)



Ort

tbd (Konferenzhotel / Frankfurt am Main)



Lernziele

Kennenlernen qualitativer und quantitativer Marktforschungsmethoden in der Wechselwirkung mit Marketing- und Vertriebsstrategien, Life Cycle-Strategie



Stichworte

Marke, Strategie, Positionierung, Produktdifferenzierung, Life Cycle, Benchmark, qualitative und quantitative Analysemethoden, Marktforschung, Markt



Kosten

1.480,00 € pro Teilnehmer (Mindestteilnehmerzahl 10, maximale Teilnehmerzahl 20)



Werkzeuge

Information, Gruppenarbeit



Handouts

Handouts



Leitung

Alexander Rummel, Dr. Andreas Erkens, (Bernd Scheurer)